



## DINAMIKA GOVERNANCE JURNAL ILMU ADMINISTRASI NEGARA

<http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jdg/index>

### Determinasi Loyalitas Pengunjung melalui Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pada Mal Pelayanan Publik Kota Palembang

Aji Pangestu<sup>\*1</sup>, Pandu Pamungkas<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Sriwijaya, Indonesia

\*Email Corresponding: [ajipangestu@fisip.unsri.ac.id](mailto:ajipangestu@fisip.unsri.ac.id)

#### ARTICLE INFORMATION      ABSTRACT

*Article history:*

Received date: 17 Maret 2026

Revised date: 28 April 2026

Accepted date: 30 Mei 2026

DOI:

<https://doi.org/10.33005/jdg.v16i1.5716>

This study aims to analyze the determinants of visitor loyalty through service quality and satisfaction at the Public Service Mall (MPP) in Palembang City. This study employs a quantitative approach with an analytical survey design involving 98 respondents selected using accidental sampling. Primary data were collected through a structured questionnaire using a five-point Likert scale and analyzed using descriptive and inferential statistical methods, particularly multiple linear regression with Stata version 17. The results indicate that service quality and satisfaction have a positive and significant effect on visitor loyalty, with satisfaction showing a more dominant contribution. In contrast, sociodemographic variables such as gender, occupation, and education level do not show a statistically significant effect on loyalty. These findings suggest that visitor loyalty in integrated public service settings is more strongly influenced by users' perceived service experiences rather than their individual characteristics. This study provides empirical contributions to public administration literature and offers practical implications for improving user-oriented public service delivery.

**Keyword:** Service quality; satisfaction; visitor loyalty; integrated public services; determinants



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International Licence](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

#### ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan loyalitas pengunjung melalui kualitas pelayanan dan kepuasan pada Mal Pelayanan Publik (MPP) Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei analitik yang melibatkan 98 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan metode deskriptif serta inferensial, khususnya regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak Stata versi 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung, dengan kepuasan memiliki kontribusi yang lebih dominan. Sebaliknya, variabel sosiodemografis seperti jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat pendidikan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap loyalitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas pengunjung dalam konteks pelayanan publik terpadu lebih dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan yang dirasakan dibandingkan karakteristik individu. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam kajian administrasi publik serta implikasi praktis bagi peningkatan pelayanan publik yang berorientasi pada pengguna.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan; kepuasan; loyalitas pengunjung; mal pelayanan publik; determinan

## PENDAHULUAN

Peningkatan kualitas pelayanan publik merupakan salah satu agenda strategis dalam reformasi birokrasi di Indonesia, terutama dalam upaya mewujudkan tata kelola pemerintahan yang akuntabel, efisien, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Dalam perkembangan administrasi publik kontemporer, telah terjadi pergeseran paradigma dari pendekatan yang bersifat administratif dan berorientasi pada prosedur menuju pendekatan yang lebih menekankan pada kualitas layanan dan kepuasan pengguna. Masyarakat tidak lagi diposisikan sebagai objek yang pasif, melainkan sebagai pengguna layanan yang memiliki ekspektasi terhadap pelayanan yang cepat, responsif, dan transparan. Perubahan ini menuntut organisasi sektor publik untuk tidak hanya berfokus pada kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga pada penciptaan nilai layanan (*service value*) melalui peningkatan kualitas interaksi antara penyedia dan penerima layanan. Dalam perspektif ini, kualitas pelayanan menjadi indikator penting dalam menilai kinerja organisasi publik sekaligus sebagai faktor yang berkontribusi terhadap terbentuknya kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah (Osborne, 2018; Van de Walle & Bouckaert, 2003).

Salah satu upaya konkret pemerintah dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik adalah melalui pengembangan inovasi kelembagaan berupa Mal Pelayanan Publik (MPP), yaitu model pelayanan terpadu yang mengintegrasikan berbagai jenis layanan perizinan dan non-perizinan dalam satu lokasi. Konsep ini dirancang untuk menyederhanakan prosedur birokrasi yang sebelumnya terfragmentasi, mengurangi biaya dan waktu pelayanan, serta meningkatkan kemudahan akses bagi masyarakat. Secara konseptual, MPP mencerminkan penerapan prinsip integrasi layanan (*service integration*) dan *one-stop service* yang bertujuan menciptakan efisiensi sekaligus meningkatkan pengalaman pengguna dalam mengakses layanan publik. Namun demikian, keberhasilan implementasi MPP tidak semata-mata ditentukan oleh integrasi struktural dan administratif, melainkan juga oleh bagaimana masyarakat sebagai pengguna layanan menilai kualitas layanan yang mereka terima. Dengan kata lain, efektivitas MPP sangat bergantung pada persepsi pengguna terhadap kinerja pelayanan, yang mencakup aspek kecepatan, kejelasan prosedur, kenyamanan, serta sikap aparatur dalam memberikan layanan (Zeithaml et al., 2018).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, peningkatan kualitas pelayanan publik juga tidak dapat dilepaskan dari penerapan *digital governance* yang mendorong transformasi layanan ke arah yang lebih cepat, transparan, dan terintegrasi. Digitalisasi pelayanan memungkinkan penyederhanaan proses administratif serta peningkatan aksesibilitas bagi masyarakat, sehingga dapat memperkuat pengalaman pengguna dalam mengakses layanan publik. Dalam konteks ini, Mal Pelayanan Publik tidak hanya berfungsi sebagai pusat integrasi layanan secara fisik, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem pelayanan digital yang menghubungkan berbagai instansi dalam satu sistem yang terkoordinasi. Beberapa studi menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dalam pelayanan publik berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pengguna, terutama dalam hal kecepatan, kemudahan akses, dan akurasi informasi (Kim & Lee, 2020; Osborne et al., 2013). Oleh karena itu, integrasi antara pelayanan fisik dan digital menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya saing dan efektivitas pelayanan publik di era modern.

Dalam perspektif manajemen jasa, kualitas pelayanan dipahami sebagai hasil evaluasi pengguna terhadap kesesuaian antara harapan sebelum menerima layanan dengan persepsi terhadap kinerja layanan yang dirasakan. Salah satu model yang paling banyak digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988), yang mengidentifikasi lima dimensi utama, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Kelima dimensi tersebut secara empiris terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk persepsi pengguna terhadap kualitas layanan, baik pada sektor privat maupun publik. Lebih lanjut, berbagai studi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama dalam pembentukan kepuasan pengguna, di mana kepuasan tersebut berperan sebagai variabel mediasi yang mendorong terbentuknya loyalitas pengguna terhadap layanan. Loyalitas dalam konteks ini tidak hanya diartikan sebagai penggunaan ulang layanan, tetapi juga mencakup sikap positif dan kesiediaan untuk

merekomendasikan layanan kepada pihak lain (Cronin & Taylor, 1992; Anderson & Sullivan, 1993; Oliver, 1999).

Meskipun hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas telah banyak dibuktikan dalam konteks sektor privat, penerapannya pada sektor publik menunjukkan karakteristik yang berbeda dan lebih kompleks. Hal ini disebabkan oleh sifat pelayanan publik yang cenderung regulatif, birokratis, serta tidak sepenuhnya berbasis pada mekanisme pasar, sehingga masyarakat seringkali tidak memiliki alternatif pilihan layanan sebagaimana pada sektor bisnis. Kondisi tersebut berimplikasi pada pola pembentukan kepuasan dan loyalitas yang tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan semata, tetapi juga oleh faktor institusional seperti kepercayaan terhadap pemerintah, persepsi keadilan pelayanan, serta pengalaman interaksi dengan aparatur. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan publik tetap berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan masyarakat, namun pengaruhnya terhadap loyalitas cenderung lebih kontekstual dan tidak selalu linear (Van de Walle & Bouckaert, 2003; Osborne, 2018). Oleh karena itu, diperlukan kajian empiris yang lebih spesifik untuk memahami bagaimana hubungan antarvariabel tersebut terbentuk dalam konteks pelayanan publik, khususnya pada model pelayanan terpadu yang relatif baru seperti Mal Pelayanan Publik.

Selain itu, penelitian yang secara khusus mengkaji keterkaitan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pada sistem pelayanan publik terintegrasi seperti Mal Pelayanan Publik (MPP) masih relatif terbatas, terutama pada level pemerintah daerah di Indonesia. Sebagian besar studi sebelumnya lebih banyak berfokus pada pengukuran kepuasan masyarakat sebagai indikator kinerja pelayanan, tanpa mengkaji lebih lanjut bagaimana kepuasan tersebut berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas pengguna layanan. Padahal, dalam konteks pelayanan publik modern, loyalitas menjadi aspek yang semakin penting karena mencerminkan keberlanjutan penggunaan layanan serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah. Loyalitas tidak hanya diwujudkan dalam bentuk penggunaan ulang layanan, tetapi juga dalam bentuk rekomendasi positif kepada masyarakat lain sebagai manifestasi dari pengalaman layanan yang memuaskan. Dengan demikian, pemahaman mengenai determinan loyalitas pengguna pada MPP menjadi krusial untuk memastikan bahwa inovasi pelayanan yang dikembangkan tidak hanya efisien secara administratif, tetapi juga efektif dalam menciptakan pengalaman layanan yang berkualitas dan berkelanjutan (Kotler & Keller, 2016; Zeithaml et al., 2018).

Kondisi tersebut relevan dengan implementasi pelayanan pada Mal Pelayanan Publik Kota Palembang sebagai salah satu upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat melalui integrasi berbagai jenis layanan dalam satu lokasi. Secara konseptual, keberadaan MPP diharapkan mampu memberikan kemudahan akses, efisiensi waktu, serta meningkatkan kenyamanan masyarakat dalam memperoleh layanan. Namun demikian, dalam praktiknya, tingkat pemanfaatan layanan di MPP masih menunjukkan variasi antarperiode, yang mengindikasikan bahwa integrasi layanan secara struktural belum sepenuhnya menjamin terciptanya pengalaman layanan yang optimal bagi pengguna. Variasi tersebut dapat dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima, baik dari aspek kecepatan layanan, kejelasan prosedur, fasilitas fisik, maupun interaksi dengan petugas pelayanan. Apabila kualitas pelayanan yang dirasakan belum memenuhi harapan pengguna, maka hal ini berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan serta loyalitas masyarakat dalam memanfaatkan layanan yang tersedia. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang lebih mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi kualitas pelayanan serta implikasinya terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna layanan di MPP Kota Palembang.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji kualitas pelayanan dan kepuasan dalam sektor publik, masih terdapat kesenjangan dalam memahami bagaimana kedua variabel tersebut secara simultan memengaruhi loyalitas pengguna dalam konteks pelayanan publik terintegrasi. Sebagian besar studi cenderung menempatkan kepuasan sebagai variabel akhir tanpa mengeksplorasi implikasinya terhadap perilaku lanjutan pengguna, seperti loyalitas dan rekomendasi layanan. Selain itu, keterbatasan penelitian pada level pemerintah daerah, khususnya pada implementasi Mal Pelayanan Publik di Indonesia,

menunjukkan perlunya penguatan bukti empiris yang lebih kontekstual. Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji secara komprehensif hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas dalam satu model analisis, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai perilaku pengguna layanan publik serta menjadi dasar dalam perumusan kebijakan pelayanan yang lebih adaptif dan berorientasi pada masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan serta implikasinya terhadap loyalitas pengunjung pada Mal Pelayanan Publik Kota Palembang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian administrasi publik, khususnya dalam perspektif manajemen pelayanan publik terkait hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pada konteks pelayanan publik terintegrasi. Selain itu, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola Mal Pelayanan Publik dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang lebih berorientasi pada kebutuhan dan pengalaman pengguna layanan, sehingga mampu meningkatkan kepuasan sekaligus mendorong terbentuknya loyalitas masyarakat terhadap layanan publik yang disediakan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei analitik untuk menguji hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pengunjung dalam konteks pelayanan publik terpadu. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel secara objektif dan terstandar serta menguji hubungan kausal antarvariabel melalui analisis statistik yang sistematis. Pendekatan ini banyak digunakan dalam penelitian sosial untuk memperoleh generalisasi temuan berdasarkan data numerik (Creswell, 2014; Sugiyono, 2019). Desain survei analitik digunakan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai persepsi pengguna layanan sekaligus mengidentifikasi pola hubungan antarvariabel yang diteliti. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga eksplanatori, yaitu berupaya menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan serta implikasinya terhadap loyalitas pengunjung.

Penelitian ini dilaksanakan di Mal Pelayanan Publik Kota Palembang yang merupakan salah satu bentuk implementasi pelayanan publik terpadu di tingkat daerah. MPP ini mengintegrasikan berbagai jenis layanan administrasi yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah maupun instansi vertikal dalam satu lokasi guna meningkatkan efisiensi dan kemudahan akses bagi masyarakat. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa MPP Kota Palembang merepresentasikan model pelayanan publik terintegrasi dengan intensitas interaksi yang tinggi antara penyedia dan pengguna layanan. Tingginya frekuensi kunjungan masyarakat menjadikan lokasi ini relevan untuk mengkaji persepsi pengguna terhadap kualitas pelayanan serta dampaknya terhadap kepuasan dan loyalitas. Dengan demikian, konteks penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang representatif terkait dinamika pelayanan publik berbasis integrasi layanan di tingkat lokal.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang memanfaatkan layanan pada Mal Pelayanan Publik Kota Palembang selama periode pengumpulan data. Mengingat karakteristik populasi yang bersifat dinamis dan tidak memiliki jumlah pasti setiap harinya, maka penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*, yaitu responden dipilih berdasarkan kemudahan akses dan kesediaan untuk berpartisipasi setelah menerima layanan. Teknik ini dinilai sesuai untuk penelitian dalam konteks pelayanan publik dengan arus pengunjung yang fluktuatif serta tidak tersedianya kerangka sampel yang jelas.

Penentuan jumlah sampel mengacu pada pedoman Hair et al. (2019), yang menyatakan bahwa dalam analisis multivariat, khususnya regresi linier berganda, ukuran sampel minimum yang direkomendasikan adalah lima hingga sepuluh observasi untuk setiap variabel independen dalam model. Mengingat penelitian

ini menggunakan dua variabel independen utama, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan, maka jumlah sampel minimum yang disyaratkan berkisar antara 10 hingga 20 responden.

Namun demikian, untuk meningkatkan kekuatan statistik (*statistical power*), akurasi estimasi parameter, serta *robustness* model regresi, penelitian ini menggunakan jumlah sampel yang lebih besar, yaitu sebanyak 98 responden. Penggunaan ukuran sampel yang melampaui batas minimum tersebut diharapkan mampu menghasilkan estimasi parameter yang lebih stabil, meminimalkan *sampling error*, serta meningkatkan reliabilitas dan daya generalisasi temuan penelitian. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dinilai memadai dan sesuai untuk mendukung analisis statistik inferensial serta pengujian hipotesis secara komprehensif.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator variabel yang telah teruji dalam literatur. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengukur persepsi responden secara kuantitatif. Variabel kualitas pelayanan dioperasionalkan berdasarkan lima dimensi utama dalam model SERVQUAL, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) sebagaimana dikemukakan oleh Parasuraman et al. (1988). Sementara itu, variabel kepuasan diukur melalui evaluasi keseluruhan responden terhadap pengalaman layanan yang diterima, yang mencerminkan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan. Adapun variabel loyalitas diukur melalui indikator perilaku dan sikap, seperti niat untuk menggunakan kembali layanan serta kesediaan untuk merekomendasikan layanan kepada pihak lain sebagai bentuk kepercayaan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan (Kotler & Keller, 2012). Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari dokumen kelembagaan dan laporan administratif guna mendukung pemahaman konteks penelitian secara lebih komprehensif.

Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji kelayakannya melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat dan konsisten. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi product moment Pearson antara skor item dengan skor total, di mana item dinyatakan valid apabila memiliki nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari nilai *r* tabel pada tingkat signifikansi tertentu. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach's alpha untuk mengukur tingkat konsistensi internal instrumen. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's alpha di atas batas minimum yang direkomendasikan, yaitu 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen memiliki tingkat keandalan yang baik dalam mengukur variabel penelitian. Item-item yang memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas selanjutnya digunakan dalam proses analisis data.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi jawaban terhadap masing-masing variabel penelitian, sehingga memberikan gambaran awal mengenai persepsi pengguna layanan. Selanjutnya, analisis inferensial dilakukan untuk menguji hubungan antarvariabel menggunakan regresi linier berganda, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan serta implikasinya terhadap loyalitas pengunjung. Model regresi dipilih karena mampu menjelaskan hubungan kausal antarvariabel secara simultan dan mengukur besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak Stata versi 17, yang mendukung pengujian statistik secara akurat dan sistematis sesuai dengan kebutuhan penelitian kuantitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 98 responden yang merupakan pengguna layanan pada Mal Pelayanan Publik Kota Palembang, dengan karakteristik yang mencerminkan variasi latar belakang pengguna layanan publik di tingkat daerah. Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan perangkat lunak Stata versi 17 melalui tahapan analisis deskriptif, korelasi, dan regresi linier berganda untuk mengidentifikasi

determinan loyalitas pengunjung. Penggunaan pendekatan analisis ini bertujuan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai pola hubungan antarvariabel sekaligus menguji kekuatan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas secara simultan. Dengan demikian, hasil analisis yang diperoleh tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan penjelasan yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna dalam konteks pelayanan publik terpadu.

Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki hubungan positif dengan loyalitas pengunjung. Nilai koefisien korelasi masing-masing variabel diketahui lebih besar dibandingkan nilai  $r$  tabel sebesar 0,1986, sehingga seluruh hubungan dinyatakan signifikan pada tingkat kepercayaan 95 persen. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan persepsi terhadap kualitas pelayanan maupun kepuasan cenderung diikuti oleh peningkatan tingkat loyalitas pengguna layanan. Secara substantif, hasil ini memperlihatkan bahwa pengalaman pelayanan yang dirasakan oleh masyarakat memiliki keterkaitan yang erat dengan kecenderungan mereka untuk tetap menggunakan layanan yang sama di masa mendatang. Dengan demikian, hubungan awal antarvariabel yang teridentifikasi melalui analisis korelasi memberikan dasar empiris yang kuat untuk pengujian lebih lanjut menggunakan model regresi.

Pengujian determinasi pada tahap pertama dilakukan melalui analisis regresi linier berganda dengan memasukkan dua variabel utama, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan sebagai prediktor terhadap loyalitas pengunjung. Hasil estimasi menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,2938 ( $t = 5,46$ ;  $p < 0,001$ ), sedangkan kepuasan menunjukkan koefisien yang lebih besar, yaitu 0,4601 ( $t = 5,24$ ;  $p < 0,001$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan secara simultan akan mendorong peningkatan loyalitas pengguna layanan, dengan kontribusi kepuasan yang relatif lebih dominan. Secara keseluruhan, model regresi menunjukkan signifikansi yang kuat dengan nilai  $F$  sebesar 82,99 ( $p < 0,001$ ), yang menandakan bahwa variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi loyalitas secara signifikan. Nilai koefisien determinasi ( $R$ -squared) sebesar 0,6360 menunjukkan bahwa 63,60 persen variasi loyalitas dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Pengujian pada tahap kedua dilakukan dengan menambahkan variabel kontrol sosiodemografis yang meliputi jenis kelamin, jenis pekerjaan, dan tingkat pendidikan ke dalam model regresi. Hasil estimasi menunjukkan bahwa setelah dilakukan pengendalian, kualitas pelayanan tetap memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien sebesar 0,2914 ( $t = 5,36$ ;  $p < 0,001$ ), sementara kepuasan menunjukkan koefisien sebesar 0,4921 ( $t = 5,43$ ;  $p < 0,001$ ). Nilai koefisien yang relatif stabil dibandingkan model sebelumnya mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel utama terhadap loyalitas bersifat konsisten dan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh karakteristik demografis responden. Di sisi lain, seluruh variabel sosiodemografis memiliki nilai probabilitas di atas 0,05, sehingga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap loyalitas. Model regresi secara keseluruhan tetap signifikan dengan nilai  $F$  sebesar 33,77 ( $p < 0,001$ ), serta mengalami peningkatan nilai koefisien determinasi menjadi 0,6473. Hal ini menunjukkan bahwa 64,73 persen variasi loyalitas dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel dalam model, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Pengujian parsial terhadap masing-masing variabel menunjukkan bahwa hanya kualitas pelayanan dan kepuasan yang memenuhi kriteria signifikansi statistik dalam memengaruhi loyalitas pengunjung. Sementara itu, variabel sosiodemografis seperti jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat pendidikan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Hasil ini menegaskan bahwa determinasi loyalitas pengguna layanan publik lebih banyak dipengaruhi oleh faktor pengalaman pelayanan yang bersifat langsung, dibandingkan dengan karakteristik individu pengguna. Dengan kata lain, bagaimana layanan diberikan dan dirasakan oleh masyarakat memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk loyalitas dibandingkan latar belakang demografis. Temuan ini memperkuat argumen bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan merupakan kunci utama dalam mendorong keberlanjutan penggunaan layanan publik.

Nilai koefisien determinasi pada kedua model menunjukkan bahwa lebih dari separuh variasi loyalitas pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan. Hal ini mengindikasikan bahwa model yang digunakan memiliki daya jelas yang cukup kuat dalam menjelaskan fenomena loyalitas pada konteks pelayanan publik terpadu. Meskipun demikian, masih terdapat proporsi variasi yang tidak terjelaskan dalam model, yang mengindikasikan adanya faktor lain di luar variabel penelitian yang juga berpotensi memengaruhi loyalitas pengguna, seperti kepercayaan terhadap institusi, persepsi keadilan pelayanan, maupun pengalaman sebelumnya dalam berinteraksi dengan layanan publik.

Pengujian kelayakan model regresi juga dilakukan melalui uji asumsi klasik, khususnya untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas. Uji Breusch–Pagan menunjukkan nilai probabilitas chi-square sebesar 0,4375 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan dan asumsi homoskedastisitas terpenuhi, sehingga model regresi yang digunakan dapat dikatakan layak dan memenuhi kriteria untuk menghasilkan estimasi yang tidak bias dan efisien. Dengan terpenuhinya asumsi ini, hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara lebih valid dalam menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti.

Secara keseluruhan, temuan empiris dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan determinan paling dominan dalam membentuk loyalitas pengunjung, diikuti oleh kualitas pelayanan yang juga memiliki pengaruh signifikan. Sementara itu, faktor sosiodemografis tidak memberikan kontribusi yang berarti dalam menjelaskan variasi loyalitas pengguna layanan. Hasil ini menegaskan bahwa loyalitas dalam konteks pelayanan publik lebih dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan yang dirasakan secara langsung oleh pengguna dibandingkan oleh karakteristik individu. Dengan demikian, kualitas interaksi layanan dan tingkat kepuasan yang dihasilkan menjadi faktor kunci dalam mendorong keberlanjutan penggunaan layanan publik, khususnya pada sistem pelayanan terpadu seperti Mal Pelayanan Publik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan merupakan determinan utama loyalitas pengunjung pada Mal Pelayanan Publik Kota Palembang. Kedua variabel tersebut secara konsisten menunjukkan hubungan positif dan signifikan pada seluruh spesifikasi model, baik sebelum maupun setelah dilakukan pengendalian terhadap variabel sosiodemografis. Konsistensi ini mengindikasikan bahwa loyalitas pengguna layanan publik lebih ditentukan oleh pengalaman pelayanan yang dirasakan secara langsung dibandingkan oleh karakteristik individu pengguna. Dengan kata lain, faktor situasional yang melekat pada proses pelayanan memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk loyalitas dibandingkan faktor personal. Temuan ini memperkuat argumen bahwa dalam konteks pelayanan publik modern, kualitas interaksi layanan menjadi kunci utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara masyarakat dan institusi pemerintah.

Hubungan positif antara kualitas pelayanan dan loyalitas menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap keandalan prosedur, kecepatan pelayanan, kejelasan informasi, serta sikap aparatur memiliki peran penting dalam membentuk kecenderungan pengguna untuk kembali memanfaatkan layanan yang sama. Ketika proses pelayanan dinilai tertib, responsif, dan memberikan kepastian, pengguna cenderung memperoleh rasa aman dan nyaman dalam berinteraksi dengan institusi publik. Temuan ini sejalan dengan kerangka Service Quality yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. (1988), yang menempatkan kualitas pelayanan sebagai faktor fundamental dalam membentuk evaluasi pengguna terhadap layanan. Dalam konteks pelayanan publik terpadu, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan efisiensi administratif, tetapi juga mencerminkan kualitas interaksi antara aparatur dan masyarakat sebagai pengguna layanan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi prasyarat penting dalam membangun pengalaman layanan yang positif dan berkelanjutan.

Di sisi lain, kepuasan menunjukkan pengaruh yang lebih besar dibandingkan kualitas pelayanan, sehingga dapat dipahami sebagai determinan yang lebih dominan dalam membentuk loyalitas pengunjung. Hal ini mengindikasikan bahwa loyalitas tidak hanya dipengaruhi oleh penilaian kognitif terhadap aspek teknis pelayanan, tetapi juga oleh evaluasi afektif secara keseluruhan setelah pengguna menerima layanan.

Kepuasan merepresentasikan akumulasi pengalaman pengguna yang mencerminkan tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan yang dirasakan, sehingga memiliki kedekatan yang lebih kuat dengan keputusan perilaku, seperti niat untuk menggunakan kembali layanan dan kesediaan untuk merekomendasikannya kepada pihak lain. Temuan ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller (2016) yang menempatkan kepuasan sebagai prasyarat utama terbentuknya loyalitas pengguna. Dalam konteks pelayanan publik, hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan penyelenggaraan layanan tidak hanya diukur dari terpenuhinya standar prosedural, tetapi juga dari sejauh mana layanan tersebut mampu memberikan pengalaman yang memuaskan bagi masyarakat.

Ketika variabel sosiodemografis dimasukkan ke dalam model sebagai variabel kontrol, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Ketiadaan pengaruh dari faktor seperti jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat pendidikan mengindikasikan bahwa pengalaman pelayanan pada Mal Pelayanan Publik dipersepsikan relatif seragam oleh berbagai kelompok masyarakat. Dengan demikian, loyalitas pengguna layanan tidak bersifat segmentatif, melainkan lebih universal dan ditentukan oleh kualitas pengalaman pelayanan yang diterima. Temuan ini memberikan implikasi penting bahwa strategi peningkatan loyalitas tidak perlu difokuskan pada segmentasi demografis tertentu, tetapi lebih diarahkan pada perbaikan kualitas pelayanan secara menyeluruh. Hal ini juga menunjukkan bahwa pelayanan publik yang baik memiliki karakter inklusif, di mana seluruh lapisan masyarakat dapat merasakan manfaat yang relatif setara dari layanan yang diberikan.

Secara konseptual, hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang bersifat berjenjang antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas. Kualitas pelayanan berperan sebagai faktor awal yang membentuk persepsi pengguna terhadap layanan, yang kemudian berkontribusi pada terbentuknya kepuasan, dan pada akhirnya mendorong terbentuknya loyalitas. Pola hubungan ini menegaskan bahwa loyalitas pengguna layanan publik merupakan hasil dari proses evaluasi yang berkelanjutan terhadap pengalaman pelayanan yang diterima. Dalam konteks Mal Pelayanan Publik, integrasi berbagai jenis layanan dalam satu lokasi tidak secara otomatis menjamin terbentuknya loyalitas apabila tidak diikuti oleh kualitas pelayanan yang konsisten dan mampu memenuhi harapan masyarakat. Dengan demikian, determinasi loyalitas lebih bersifat psikologis dan perseptual, yang dibentuk melalui pengalaman layanan yang positif, dibandingkan semata-mata oleh aspek struktural atau kelembagaan.

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan literatur administrasi publik, khususnya dalam kajian manajemen kualitas pelayanan pada konteks pelayanan publik terpadu. Selama ini, konsep kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas lebih banyak dikembangkan dalam sektor bisnis, sementara penerapannya dalam sektor publik, terutama pada model pelayanan terintegrasi seperti Mal Pelayanan Publik, masih relatif terbatas. Penelitian ini menunjukkan bahwa kerangka teoritis tersebut tetap relevan dan dapat diadaptasi untuk menjelaskan perilaku pengguna layanan publik. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya bukti empiris bahwa pendekatan manajemen berbasis pengguna (*user-oriented approach*) menjadi semakin penting dalam reformasi pelayanan publik. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat generalisasi teori manajemen jasa ke dalam konteks sektor publik, tetapi juga memberikan dasar konseptual bagi pengembangan kebijakan pelayanan yang lebih responsif, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini mengkaji determinasi loyalitas pengunjung melalui kualitas pelayanan dan kepuasan pada Mal Pelayanan Publik Kota Palembang, dengan tujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berperan dalam membentuk keterikatan pengguna layanan publik terpadu. Analisis data dari 98 responden menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan loyalitas pengunjung, di mana kepuasan memberikan kontribusi relatif lebih besar dalam menjelaskan variasi kecenderungan penggunaan ulang layanan. Sebaliknya, karakteristik sosiodemografis seperti jenis kelamin, jenis pekerjaan, dan tingkat pendidikan tidak

menunjukkan keterkaitan yang signifikan, sehingga menegaskan bahwa determinasi loyalitas lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan yang diterima masyarakat daripada atribut personal mereka. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa kombinasi kualitas pelayanan dan kepuasan dapat menjelaskan sebagian besar variasi loyalitas pengguna, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal di luar model. Secara teoretis, penelitian ini memperluas penerapan konsep manajemen kualitas layanan, yang selama ini dominan pada sektor jasa komersial, ke dalam konteks administrasi publik, sekaligus memberikan bukti empiris mengenai struktur hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pada sistem pelayanan publik terpadu, sehingga menjadi dasar bagi pengembangan strategi pengelolaan layanan yang berorientasi pada pengalaman pengguna.

Secara praktis, pengelola pelayanan publik disarankan untuk memprioritaskan peningkatan konsistensi mutu interaksi pelayanan, kejelasan prosedur, dan responsivitas aparatur, termasuk melalui pelatihan staf, penyempurnaan panduan operasional, dan penguatan mekanisme pengaduan, guna memperkuat pengalaman positif pengguna layanan dan mendukung terbentuknya loyalitas jangka panjang. Upaya tersebut juga sebaiknya diiringi dengan pemantauan rutin terhadap persepsi pengguna serta evaluasi berkelanjutan terhadap kepuasan layanan untuk memastikan bahwa integrasi layanan terpadu tidak hanya meningkatkan efisiensi administratif, tetapi juga kualitas pengalaman pengguna. Secara akademik, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan teknik sampling probabilitas atau stratifikasi untuk meningkatkan representativitas, perluasan jumlah responden untuk meningkatkan kekuatan statistik, serta penerapan desain longitudinal atau mixed-methods untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika loyalitas pengunjung dalam konteks pelayanan publik terpadu. Pendekatan tersebut memungkinkan pengujian lebih mendalam terhadap faktor-faktor determinan loyalitas dan hubungan antarvariabel dalam jangka waktu yang lebih panjang, sehingga memberikan kontribusi yang lebih robust bagi pengembangan teori administrasi publik dan praktik manajemen pelayanan di tingkat lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alford, J. (2009). *Engaging public sector clients: From service-delivery to co-production*. Palgrave Macmillan.
- Albrecht, K., & Zemke, R. (2002). *Service America in the new economy*. McGraw-Hill.
- Andrews, R., Boyne, G. A., & Walker, R. M. (2011). Dimensions of publicness and organizational performance: A review of the evidence. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 21(3), i301–i319. <https://doi.org/10.1093/jopart/mur026>
- Bovaird, T., & Löffler, E. (2003). Evaluating the quality of public governance: Indicators, models and methodologies. *International Review of Administrative Sciences*, 69(3), 313–328. <https://doi.org/10.1177/0020852303693002>
- Choudhury, M. M., & Rahman, M. S. (2020). Service quality and customer satisfaction in public service sector. *International Journal of Public Administration*, 43(7), 612–625.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Grönroos, C. (2007). *Service management and marketing: Customer management in service competition* (3rd ed.). Wiley.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). The impact of service quality, customer engagement, and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(1), 21–40. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2016-0048>
- Kim, S., & Lee, J. (2020). Effects of service quality on customer satisfaction and loyalty in public services. *Sustainability*, 12(19), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su12198100>
- Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172–198. <https://doi.org/10.1108/17566690910971445>
- Levesque, T., & McDougall, G. H. G. (1996). Determinants of customer satisfaction in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 14(7), 12–20.

- Osborne, S. P., Radnor, Z., & Nasi, G. (2013). A new theory for public service management? Toward a public service-dominant approach. *American Review of Public Administration*, 43(2), 135–158. <https://doi.org/10.1177/0275074012466935>
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). The influence of the quality of the physical environment on customer satisfaction and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 490–498.
- Saha, G. C., & Theingi. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions. *Managing Service Quality*, 19(3), 350–372. <https://doi.org/10.1108/09604520910955348>
- Shahin, A. (2006). SERVQUAL and model of service quality gaps: A framework for determining and prioritizing critical factors. *International Journal of Engineering Science*, 1(1), 1–10.
- Siddiqi, K. O. (2011). Interrelations between service quality attributes, customer satisfaction and customer loyalty. *International Journal of Business and Management*, 6(3), 12–36.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Van Ryzin, G. G. (2013). An experimental test of the expectancy-disconfirmation theory of citizen satisfaction. *Journal of Policy Analysis and Management*, 32(3), 597–614. <https://doi.org/10.1002/pam.21686>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). World Scientific.
- Yusuf, M., & Nababan, R. (2021). The influence of service quality on public satisfaction and loyalty. *Jurnal Administrasi Publik*, 12(2), 145–156.
- Zeithaml, V. A. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67–85. <https://doi.org/10.1177/0092070300281007>